

厦
房
置
换
营
销
策
略
分
析

陈
俊
杰

指
导
教
师
：
谢
导
副
教
授

厦
门
大
学

学校编码：10384

学号：17920061151434



分类号_____密级_____

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

厦 房 置 换 营 销 策 略 分 析

Marketing Strategy Analysis of XIAFANG

陈俊杰

指导教师姓名：谢 导 副教授

专 业 名 称：工商管理 (MBA)

论文提交时间：2009 年 10 月

论文答辩日期：2009 年 11 月

学位授予日期： 年 月

答辩委员会主席_____

评 阅 人_____

2009 年 10 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

论文摘要

近十来年，中国国内房地产经纪行业迅猛发展，无论从技术上还是管理水平及经营策略上均取得了巨大进步。特别是近几年来，行业整合进一步加快，产生了新的消费需求及新的经营模式，国内的各个房地产经纪企业都面临着更加激烈的市场竞争。

在这样的市场环境下，研究国内房地产经纪行业的发展规律与趋势，认真分析房地产经纪企业如何在激烈的市场竞争中寻找适合企业的市场定位，确定适当的营销策略，不仅对企业的生存、发展具有重要意义，而且对于行业的发展具有一定的借鉴参考。

厦房置换是厦门一家以大规模连锁与电子商务相结合的方式从事房地产经纪业务的公司。它在经营活动中抓住了“安全、专业、便利”这一市场定位，以“满足消费者需求为导向”的指导思想，充分考虑消费者的便利，多渠道与消费者沟通，在激烈的市场竞争中取得成功。

本文基于国内及厦门市房地产经纪行业市场状况，通过对厦房置换房地产经纪企业的深入研究，运用迈克尔·波特竞争分析模型、SWOT 等分析方法，对该企业内外部环境进行解析，并运用定位理论及 4C's 营销理论对厦房置换的营销策略进行分析和探讨，对该企业未来做出决策，并借此对厦门房地产经纪行业的发展提出借鉴思考。

本文具体分为六个部分，第一部分绪论，第二部分中国房地产经纪行业市场描述，第三部分厦房置换战略环境分析，第四部分厦房置换品牌定位分析，第五部分厦房置换营销策略分析，第六部分对厦门房地产经纪行业的未来思考及厦房置换的发展。

关键词：营销策略；定位；4C's 营销理论；厦房置换

厦门大学博硕士论文摘要库

Abstract

In the past ten years, real estate broker industry develops very quickly and has made great progress no matter technologically or management. Especially in recent years, the industry integration is speeding up and new consumer requirements and operation modes come into being. The domestic real estate brokers are facing more and more fierce competition.

Under this market environment, studying the development rules and trend of domestic real estate broker industry, analyzing how to find out suitable marketing positioning and work out suitable marketing strategy in the competition, has very important significance for the survival and development of the brokers and can be reference for the industry development.

Xiafang is a real estate broker company combined chain shops and E-commerce. With “Safety, professional and convenience” as its market positioning, and “satisfying the consumer needs” as the guiding principle, Xiafang always emphasizes on the convenience and communication with consumers by many channels, and it finally makes success in the cruel competition.

Through studying on the domestic and Xiamen real estate broker industry market status, and the real situation of Xiafang itself, This thesis analyzes internal and external environment with Michael Porter’s Five Forces Model and SWOT analysis methods, and analyzes the sales strategy of Xiafang according to positioning and 4C’s marketing theories, then makes decision for its future direction and proposes thinking on the development of real estate broker industry in Xiamen.

This thesis includes six chapters. The first Chapter is brief introduction. The second Chapter is description of real estate broker market in China. The third Chapter is strategic environment analysis of Xiafang. The fourth Chapter is brand positioning analysis of Xiafang. The fifth Chapter is sales strategy analysis of Xiafang. And the last Chapter is thinking of the future of real estate broker industry in Xiamen, and the possible development direction and goal of Xiafang.

Key words: Sales strategy; Positioning; 4C’s marketing theory; Xiafang

厦门大学博硕士论文摘要库

| | |
|--|----|
| 目 录 | |
| 第一章 绪 论 | 1 |
| 第一节 研究的背景和意义 | 1 |
| 第二节 研究的思路、内容和方法 | 2 |
| 第二章 背景分析 | 3 |
| 第一节 企业经营背景及概况 | 3 |
| 第二节 房地产经纪行业总体概况及发展趋势 | 6 |
| 第三章 厦房置换战略环境分析 | 18 |
| 第一节 一般环境分析 | 18 |
| 第二节 竞争环境分析 | 23 |
| 第三节 SWOT 分析 | 29 |
| 第四章 厦房置换品牌定位分析 | 36 |
| 第一节 品牌定位理论回顾 | 36 |
| 第二节 厦门房地产中介细分市场分析 | 37 |
| 第三节 厦房置换目标市场选择及品牌定位策略分析 | 39 |
| 第五章 厦房置换营销组合策略分析 | 42 |
| 第一节 消费者的需求与欲望(Consumer want and needs) | 42 |
| 第二节 沟通(Communications) | 46 |
| 第三节 便利 (Convenience) | 50 |
| 第四节 消费者愿付成本 (Cost) | 51 |
| 第六章 厦门房地产经纪行业的未来思考及厦房置换的未来发展 | 55 |
| 第一节 厦门房地产经纪行业的未来思考 | 55 |
| 第二节 厦房置换的发展 | 58 |
| [参考文献] | 62 |
| 致 谢 | 64 |

厦门大学博硕士论文摘要库

Contents

| | |
|---|-----------|
| Chapter One Introduction..... | 1 |
| 1.1 Background and significance of the research..... | 1 |
| 1.2 Contents, thoughts and methods of the research..... | 2 |
| Chapter Two Background analysis..... | 3 |
| 2.1 Background and brief introduction of Xiafang..... | 3 |
| 2.2 Brief introduction and development trend of real estate broker industry... | 6 |
| Chapter Three Strategic environment analysis of Xiafang...18 | 18 |
| 3.1 General environment analysis..... | 18 |
| 3.2 Competition environment analysis..... | 23 |
| 3.3 SWOT analysis..... | 29 |
| Chapter Four Brand positioning analysis of Xiafang36 | 36 |
| 4.1 Brand positioning theory..... | 36 |
| 4.2 Market segmentation of Xiamen real estate broker market..... | 37 |
| 4.3 Target market selection and brand positioning strategy analysis of Xiafang..... | 39 |
| Chapter Five Sales strategy of Xiafang42 | 42 |
| 5.1 Consumer want and needs..... | 42 |
| 5.2 Communications..... | 46 |
| 5.3 Convenience..... | 50 |
| 5.4 Cost..... | 51 |
| Chapter Six Thinking of the future of Xiamen real estate broker industry and development of Xiafang.....55 | 55 |
| 6.1 Thinking of the future of Xiamen real estate broker industry..... | 55 |
| 6.2 Development of Xiafang..... | 58 |
| Reference | 62 |
| Postscript | 64 |

厦门大学博硕士论文摘要库

第一章 绪论

本章将着重介绍本文的研究背景、意义和研究的思路、内容、方法。

第一节 研究的背景和意义

近十来年，中国国内房地产经纪行业迅猛发展，无论从技术上还是管理水平及经营策略上均取得了巨大进步。近几年来，行业整合进一步加快，产生了新的消费需求及新的经营模式，国内的各个房地产经纪行业企业都面临着更加激烈的市场竞争。在这种情况下，企业的营销策略对于企业在激烈的竞争中取胜将起着重要的作用。

厦门市房易置业代理有限公司（以下简称厦房置换）是厦门一家以大规模连锁与电子商务相结合的方式从事房地产经纪业务的公司。近几年来，厦门市房地产经纪行业受到厦门市房地产市场快速发展的影响，大量的房地产中介机构如雨后春笋般出现。市场上房地产中介服务的供应能力急剧膨胀，市场竞争异常激烈，中介行业的集中度极低，使厦房置换面临来自市场各方面的因素挑战。厦门市场涌现出许多新开设的小型房地产中介门店，它们专注于社区精耕，有很强的社区经营生存能力，不断蚕食着厦房置换原有的市场份额；厦门原有的大型连锁化房地产中介机构亦在市场发展变化的同时加快扩张规模，加强行业收购整合，严重的冲击威胁着厦房置换的市场空间；另外，房地产信息网络平台正以新型中介的形式，逐渐成为购房消费者另一种选择。

本文探讨在行业快速发展、竞争激烈的情况下，厦房置换房地产经纪企业所采取的营销策略，力图把握厦门房地产中介市场消费者的需求，了解竞争对手的情况，根据企业自身的优劣势，准确寻找适合企业的市场定位，并确定适当的营销策略。通过本文研究，在企业经营层面，为房地产经纪企业运用营销理论指导企业经营实践活动提供思路，对企业的生存、发展具有重要的意义；在行业发展层面，通过对厦房置换营销策略的研究，对房地产经纪行业的健康发展具有一定的借鉴参考；在理论研究层面，为学术界、业界探索我国的房地产经纪行业与房地产经纪企业发展的客观规律与营销实践，提供一定的研究思

路和一份详细的分析案例。

第二节 研究的思路、内容和方法

本文的研究思路为：从综述我国房地产经纪行业和被研究对象厦房置换经纪企业经营背景及概况入手，对我国房地产经纪行业的总体概况及发展趋势进行阐述，进而对厦房置换的战略环境进行分析，在此基础上，研究分析厦房置换的品牌定位与营销策略，最后，提出对房地产经纪行业的未来思考及厦房置换的未来发展思路。

本文具体分为六个部分，第一部分绪论，第二部分中国房地产经纪行业市场描述，第三部分厦房置换战略环境分析，第四部分厦房置换品牌定位分析，第五部分厦房置换营销策略分析，第六部分对厦门房地产经纪行业的未来思考及厦房置换的发展。

本文运用迈克尔·波特竞争分析模型方法、SWOT 方法，对厦房置换的所处的竞争环境及企业的内、外部环境进行分析；运用定位理论及 4C's 营销理论，分析厦房置换的营销策略，并在此基础上探讨该企业对厦门房地产经纪行业的借鉴及该企业的未来的发展方向及目标。

在研究过程中，本文运用了文献分析、比较分析、理论分析、实证分析等研究方法。其中，运用文献分析法整理、归纳国内外已有的研究成果，理清各种理论观点，作为本文研究的参考；运用比较分析法对厦门房地产中介企业及厦房置换的战略环境进行分析；运用理论分析法，借助管理学的相关理论，研究探索厦房置换的市场定位及营销策略；本文通篇还运用大量实证分析，运用资料、数据描述分析厦房置换的营销策略。

第二章 背景分析

房地产经纪是指房地产经纪人员和房地产经纪机构为促成委托人与第三方进行房地产交易而提供居间或代理等专业服务，并收取佣金的行为。房地产经纪可以分为房地产居间与房地产代理两大类。房地产居间是指委托人报告订立房地产交易合同的机会或者是提供订立房地产交易合同的媒介服务，并向委托人收取佣金的行为。房地产代理是指以委托人的名义，在委托协议约定的范围内，代表委托人与第三人进行房地产交易，并向委托人收取佣金的行为。

房地产居间与房地产代理是两种不同的经纪服务方式，在法律性质上有明显的差异：在房地产居间业务中，房地产经纪机构可以同时接受一方或相对两方委托人的委托，向一方或相对两方委托人提供居间服务。而在房地产代理业务中，房地产经纪机构只能接受一方委托人的委托代理事务。

近十年来随着住房制度改革的推进和住房商品化进程的加快，房地产三级市场（即二手房市场）的兴起，中国内地的房地产经纪业在行业规模上迅速扩大，并形成了以新建商品房营销代理业务和二手房居间业务并重的格局。

本篇所探讨的房地产经纪行业及企业特指从事房地产居间业务的房地产经纪行业及企业。在市场中，也被通俗地称之为“房地产中介行业”和“房地产中介企业”，在本文中，“房地产经纪”“房地产中介”均为同一意思。

近几年来，随着国内房地产业的快速发展，房地产经纪行业整合进一步加快，国内各地方的房地产经纪企业面临激烈的市场竞争。

第一节 企业经营背景及概况

近几年来，随着厦门房地产市场的不断发展，涌现了许多优秀的市场中介机构，厦房置换是其中的一员。

一、公司简介

厦房置换原是厦门市住房置业担保有限公司于 2001 年创立的专业从事房地产中介事业的品牌。八年来，厦房置换坚持“买卖放心房，一站式服务”的经

营理念，在全市范围内建立了统一管理的厦房置换连锁店。目前连锁店达到 18 家，经纪人员达到近 450 人，覆盖厦门全市各个区域。厦房置换首家推出业务营销网络和电子商务网站相结合的模式，拥有强有力的后续手续服务平台、签约交易中心、运营管理中心、信息中心、客户服务中心，为经纪人提供信息资源、交易环节、售后服务等全面的保障和支持，为消费者提供了一个安全、专业、高效的房地产买卖交易服务平台，提供最优质的中介服务。

经过不懈的努力，公司获得以下荣誉：

- 1、中国房地产经纪百强企业
- 2、全国优秀房地产经纪机构
- 3、中国房地产市场管理委员会“AAA 诚信经营示范单位”
- 4、厦门市优秀房地产经纪机构
- 5、厦门房地产品牌企业

2009 年初，根据福建省建设厅文件[闽建筑（2008）31 号]《福建省建设厅关于贯彻落实市场中介组织与政府部门分开工作实施方案的通知》要求，厦房置换事业部从厦门市住房置业担保有限公司经营业务中分离出来，厦房置换改制为独立公司，以新的形式专注从事房地产经纪业务。

厦房置换现推出全新网络经纪模式——www.housee.cn，汇集海量房源，让客户在线智能找房，随心所欲轻松体验淘房惊喜。公司依托网络平台打造个人经纪品牌，群英荟萃的优秀社区专家，提出“找好房找社区专家”的口号，让客户体验全新的房产中介服务。

2009 年，厦房置换在经营房地产经纪业务八年的基础上，形成了针对高端市场的房地产投资理财服务，以连锁化单店销售平台为基础，提供专业的房地产投资顾问、房地产投资代理、房地产理财服务；通过代理销售、包租、竞价销售、包销、吞吐等模式，构筑资本与房地产市场的连接通道。厦房置换作为行业专业理念的倡导者和领导者，依托覆盖全厦门的有形专业连锁机构和无形互联网，实现了最具市场价值、最低时间成本和推广成本的变现交易能力。

二、企业精神与服务理念

经营宗旨：致力于综合服务体系的发展和完善，构筑资本与房地产市场的连接通道，创建客户信赖的房地产中介服务品牌。

经营模式：连锁化、一体化经营与电子商务相结合。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库